

หัวข้อวิทยานิพนธ์	พฤติกรรม的开รับข่าวสาร ทศนคติ และการตัดสินใจซื้อ อาหารคณน ที่จำหน่ายผ่านสื่อออนไลน์
คำสำคัญ	การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร / ทศนคติ / การตัดสินใจซื้อ / สื่อออนไลน์ / อาหารคณน
ชื่อนักศึกษา	พนิตดา จินดาบุญมณี
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ดร.สหภาพ พ้อคำทอง
ระดับการศึกษา	นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
คณะ	บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2562

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พฤติกรรม的开รับข่าวสาร ทศนคติ และการตัดสินใจซื้ออาหารคณน ที่จำหน่ายผ่านสื่อออนไลน์ กลุ่มประชากรทั้งเพศชายและหญิง อายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน ที่บริ โภคอาหารคณน ที่จำหน่ายผ่านสื่อออนไลน์โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาวิจัยพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี รายได้อยู่ที่ระหว่าง 15,001-20,000 บาท ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ Facebook เป็นช่องทาง的开รับข่าวสารเกี่ยวกับอาหารคณน และเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับอาหารคณน ที่จำหน่ายผ่านสื่อออนไลน์น้อยกว่า 1 ชั่วโมง/ครั้ง ในเวลา 20.01-24.00 น. (หัวค่ำถึงดึก) มีวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับอาหารคณน ที่จำหน่ายผ่านสื่อออนไลน์ เพื่อนำข้อมูลเกี่ยวกับอาหารคณน ไปประกอบการตัดสินใจซื้อ มีทศนคติต่ออาหารคณน โดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็น ด้านคุณค่าทางโภชนาการมากที่สุด และการตัดสินใจซื้ออาหารคณน ที่จำหน่ายผ่านสื่อออนไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจซื้ออาหารคณน ที่จำหน่ายผ่านสื่อออนไลน์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.64 และพบว่าการจัดส่งอาหารมีความตรงต่อเวลาทำให้ท่านตัดสินใจซื้ออาหารคณน ผ่านสื่อออนไลน์ มากที่สุด

Research Title	Behavior on Information Receiving , Attitude, and the Purchasing Decision of Clean Food Available on the Online Media
Keywords	Information Receiving / Attitude / Purchasing Decision / Online Media
Researcher	Phanitta Jindaboonmanee
Research Advisor	Dr.Sahaparp Porkatong
Degree	Master of Communication Arts
Institute	Graduate School, Sripatum University, Chonburi Campus
Academic year	2019

ABSTRACT

This research aimed to study the behavior on information receiving, attitude, and purchasing decision for the clean food available on the online media of the population consisted of 400 male and female aged 20 and over who consumed the clean food available on the online media. Data collected from the delivered questionnaires was analyzed by the statistical method of frequency, percentage, average, and standard deviation.

Result of this research showed that, the majority of the population was female aged 31-40 who held the Bachelor Degree and earned 15,001-20,000 Thai Baht salary from the private employment. Most of them received the clean food information from Facebook and also spent less than 1 hour per time during 08.01 p.m.-12.00 p.m. (early evening to midnight) on another online media for receiving those information which would be useful for the purchasing decision. In terms of the attitude towards the clean food, its overall average score was 3.58 (good) and the concerns on its nutritions was considered as maximum level. Meanwhile the average score about the purchasing decision of the clean food on the online media was 3.64 (very good) in terms of the punctuality of the delivery service, which could be considered as the maximum level regarding the reason of their behavior on online purchasing of clean food.